

GASTRONOMIA

Vino fermo in lattina: la sfida (tutta italiana) di Cantine Sgarzi con CIAO®

Non più solo bollicine nell'alluminio, ma anche Sangiovese e Pinot grigio.

Cantine Sgarzi aggiunge due nuovi prodotti alla linea CIAO®, vini e cocktail a base di vino contenuti in pratiche lattine di alluminio. Non più solo bollicine infatti, ma anche fermi, con CIAO® PINOT GRIGIO IGT TERRE DI CHIETI e CIAO® ROSSO IGT TERRE DI CHIETI . Con un design rinnovato e un nuovo formato da 250 ml sono stati lanciati sul mercato giapponese in occasione dei Giochi Olimpici di Tokyo e sono adesso disponibili anche in Italia ed Europa.

Questo packaging, formato monoporzione da 200 o 250 ml, offre un'occasione di consumo facile e pratica, senza mettere in secondo piano la qualità, coprendo tutte le occasioni in cui è somministrata solo birra, come per esempio i concerti o gli spettacoli. Inoltre la lattina non necessitando di cavatappi e bicchiere può essere comodamente portata con sé in gita o in spiaggia. Rispetto alle nuove tendenze salutistiche del consumatore di vino, che predilige il concetto di bere con moderazione, il formato in lattina è perfetto. Contenendo 200 ml di prodotto, una di esse equivale a poco più che un bicchiere.

Il microclima abruzzese, montuoso e marittimo allo stesso tempo, caratterizza la crescita delle uve scelte da Sgarzi per questi vini, entrambi IGT. CIAO® Pinot Grigio, ha 12 gradi ed è ottenuto da uve 100% Pinot Grigio. Con un colore finale giallo limone brillante, è un vino fresco e di facile beva. CIAO® ROSSO invece ha 13 gradi ed è ottenuto principalmente da uve Sangiovese coltivate nella provincia di Chieti. Il colore è rosso rubino vivace con riflessi violacei, al naso sentori fruttati e delicati di violetta. Il risultato è un vino morbido, armonico e di medio corpo.

I vini CIAO® spaziano in grande stile dal Moscato IGT Rubicone, al Bianco e Rosato IGT Veneto, con bollicine fini e persistenti, ottenute tramite rifermentazione in autoclave seguendo il metodo Charmat - Martinotti. Tutti i vini di questa linea sono certificati attraverso una filiera tracciabile a partire dalla vigna, non contengono sorbato di potassio e hanno bassi livelli di solfiti. Un prodotto unico, che si distingue per qualità, innovazione e sostenibilità: tre valori fondamentali per la Famiglia Sgarzi.

Su questa linea, Sgarzi afferma:

“La lattina non intende sostituire il vino in bottiglia, ma anzi vuole ampliarne le occasioni d'uso. Il consumatore italiano è più affezionato alla bottiglia rispetto a quello statunitense, ma riteniamo che apprezzerà il vino in lattina, se non altro per imitare i trend americani, a patto che si riesca a dare a questi vini il giusto spazio con una corretta informazione. I nostri vini in lattina, del resto, sono certificati”.

Il packaging in alluminio è inoltre più sostenibile della bottiglia: ha infatti tempi di riciclo inferiori rispetto al vetro, produce meno Co2 in fase di trasporto ed è molto più facile da stoccare e conservare.

La sostenibilità è un valore fondante dell'azienda che si impegna da anni nell'utilizzo di energie provenienti da fonti rinnovabili, nell'incremento costante della coltivazione di tipo biologico e nell' utilizzo di packaging alternativi al vetro.

ABOUT CANTINE SGARZI

Cantine Sgarzi Luigi è una SRL di proprietà della Famiglia Sgarzi dal 1933, con sede a Castel San Pietro Terme, in provincia di Bologna. Guidata da Stefano Sgarzi da più di 30 anni, si occupa di produzione e commercializzazione di vino, sia sfuso che confezionato IGT, DOC e DOCG e bevande aromatizzate a base di vino, o succo d'uva (anche bio) adatte al consumo vegano ed analcolico.

Cantine Sgarzi è tra le aziende esportatrici leader italiane con quota di fatturato estero oltre il 99%. Con grande attenzione alle esigenze dei clienti e l'impegno per la qualità ha aumentato i clienti target in più di 80 Paesi nel mondo, con un sistema di qualità conforme e certificato ISO 9001, ISO 14001, BRC -food , IFS food e BIO. Nonostante la crisi pandemica, è tra le poche aziende italiane che nel 2020 ha consolidato il proprio fatturato dell'anno precedente e ha aumentato la redditività su quest'ultimo.